

平成 25 年 2 月 12 日
株式会社日本政策金融公庫

○若者で国内旅行の宿泊が増える—背景に一人旅の増加—
○経営者は宿泊サイトなどインターネットの活用に注力。シニア層の集客に課題
—日本公庫「国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査」結果—

※調査の全文につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

主な調査結果

消費者意識調査

●国内旅行の動向

宿泊日数、支出額が増えた割合は2割超。特に若者（20代女性）の一人旅が増加。シニア層も消費を牽引

最近1年間（平成23年11月～24年10月）の国内旅行（宿泊を伴うもの）の回数は2回以内が約6割、宿泊日数（年間合計）は2日以内が約半数を占めている（参考1、2）。一方、国内旅行に伴う支出額（年間合計）は「5万円未満」から「30万円以上」まで幅がある（参考3）。

宿泊日数、支出額が以前より「増えた」割合はそれぞれ20.1%、25.9%となっているが（参考4、5）、20代は他の年代に比べて「増えた」割合が高く、20代女性はいずれも3割を超えている（参考6、7）。特に、20代女性では一人旅の宿泊日数が以前より「増えた」割合が最も高く3割を超えている（参考8）。目的は観光、趣味の満喫のほか、「友人等に会いに行く」「コンサートを見に行く」などが多い（参考9）。

また、シニア層（60歳以上）は、旅行回数、宿泊日数、支出額がいずれも他の年代に比べて多い傾向がみられる（参考10）。

旅行先は近隣地が中心

最近1年間の旅行先は、四国を除く全ての地域で居住地と同一の地域の割合が最も高く、特に北海道、九州では7割を超えている（参考11）。また、旅館業の経営者に対するアンケート（宿泊施設からの距離を基準とした客数の動向）でも前年と比べて増えた顧客は「国内の近隣からの日本人客」の割合が最も高くなっている（参考12）。

●宿泊施設を利用する際のポイント

ビジネス目的では「喫煙環境」「割引サービスの有無」「インターネットの利用環境」も重視

宿泊施設を利用する際に重視する点は「宿泊料金」「立地」のほか、国内旅行目的では「部屋の内容」「浴場の内容」「食事の内容」、ビジネス目的では「喫煙環境の内容（喫煙・禁煙の別）」「割引サービスの有無」「インターネットの利用環境の良さ」が上位に挙がっている（参考13、14）。

●宿泊施設の料金についての意識

プライベート空間が重視された宿泊施設の利用を希望

国内旅行で宿泊施設を利用する際に宿泊料金を増額しても良いと考える条件では、「離れ等が利用できるなど、プライベートが重視されている」が最も多く、以下、「施設が広く洗練されており、高級感が味わえる」、「健康面に配慮された食事の提供」の順となっている。「宿泊料金を増額するつもりはない」は約2割にとどまっており、顧客ニーズをうまく汲み取ることにより、料金増額の余地があることがわかる（参考15）。

経営実態調査

●現在の経営環境

依然として続く東日本大震災の影響。円高や北東アジアにおける外交問題もマイナスに影響

現在の東日本大震災による経営への影響は「マイナスの影響がある」が47.5%となっている（参考16）。地域別にみると、東北では「マイナスの影響がある」が6割を超える一方で、「プラスの影響がある（復興需要など）」が14.7%となっている（参考17）。また、円高、北東アジアにおける外交問題による経営悪化への影響では「影響がある」の割合がそれぞれ34.5%、17.8%となっている（参考18、19）。

●経営面での取り組み

宿泊サイトへの登録は集客面での効果が高い。業歴の浅い企業ほどブログ、メールマガジン等の販促ツールを幅広く活用

インターネットを活用した取り組みでは「宿泊サイトへの登録」が最も効果が高い（参考20）。また、外国人客の集客についても「外国人客に対応した宿泊サイトへの登録」が最も効果が高い（参考21）。業歴20年未満の企業は、宿泊サイト、ブログ、メールマガジン等のインターネットを活用した取り組みの実施割合が全体に比べて高い（参考22）。

シニア層向け売上「増加」は23.5%。シニア層の取り込みが今後の課題

最近1年間の宿泊売上全体に占めるシニア層（おおむね60歳以上）の売上割合は、「20%未満」35.4%、「20～40%未満」29.0%などとなっている（参考23）。シニア層向け売上の前年と比べた増減動向は「増加」が23.5%にとどまり、「減少」が15.4%となっている（参考24）。

一方、シニア層で利用が増えた同行形態は「夫婦のみ」が最も多く（参考25）、実施効果が高い取り組みは「シニア層への割引サービスの実施」となっている（参考26）。

シニア層の集客に向けた取り組みについて「必要性は感じているが実施していない」の割合が5割を超えていることから（参考27）、シニア層の取り込みが今後の課題として挙げられる。

●今後の経営方針

集客に向けたインターネットの積極的な活用に力点

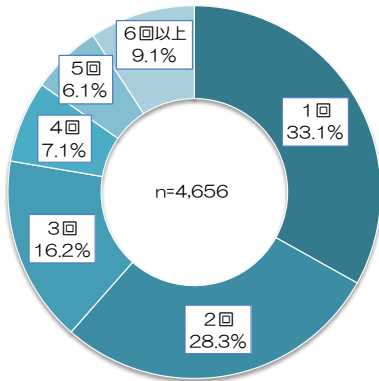
今後の経営方針は、「情報通信技術の積極的な活用」が最も多く、以下、「宿泊に特化した、安価でシンプルなサービスの提供、施設づくり」、「自然の景観を生かした趣のある施設づくり」の順となっている（参考28）。

	消費者意識調査	経営実態調査
調査時点	平成24年11月	
調査対象	最近1年以内に国内の宿泊施設を利用した全国の消費者 5,000人（男性2,500人、女性2,500人）	日本政策金融公庫（国民生活事業）が融資した旅館業1,987企業 回答数799企業（回答率40.2%）
調査方法	インターネットによるアンケート調査	郵送、無記名によるアンケート調査

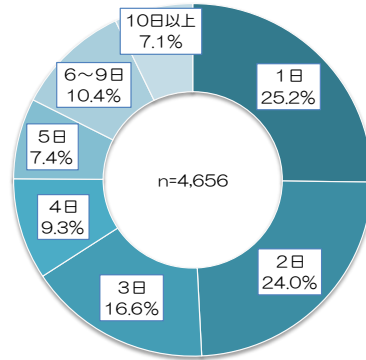
<お問い合わせ先> 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部
生活衛生情報支援グループ 担当：野俣、竹迫 TEL 03-3270-1653

消費者意識調査

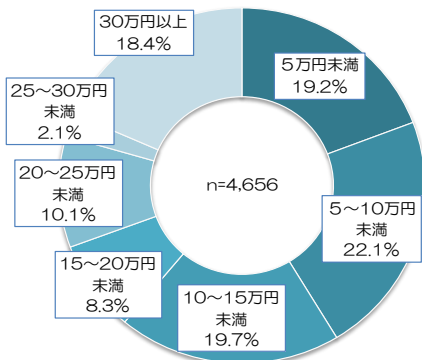
【参考1】旅行回数



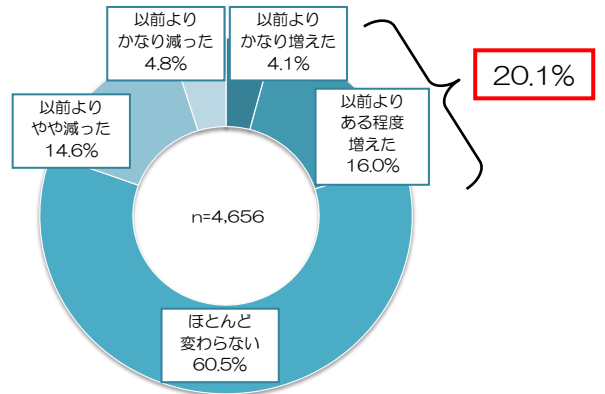
【参考2】宿泊日数 (年間合計)



【参考3】支出額 (年間合計)

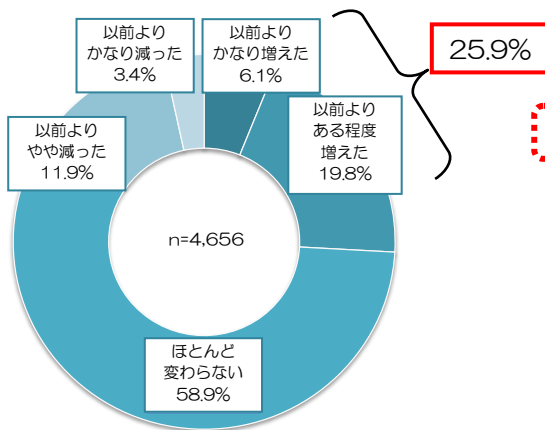


【参考4】宿泊日数の増減動向

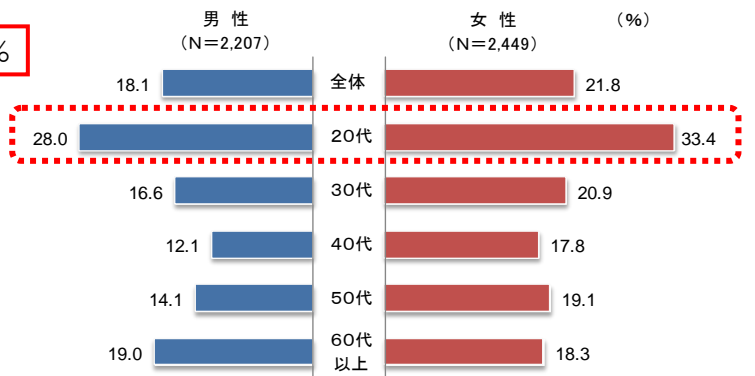


・交通費、宿泊料金、食事代、旅行会社等への支払手数料、現地での遊興費など国内旅行に伴い支出した全ての金額 (家族を含めた年間支出総額) を聴取

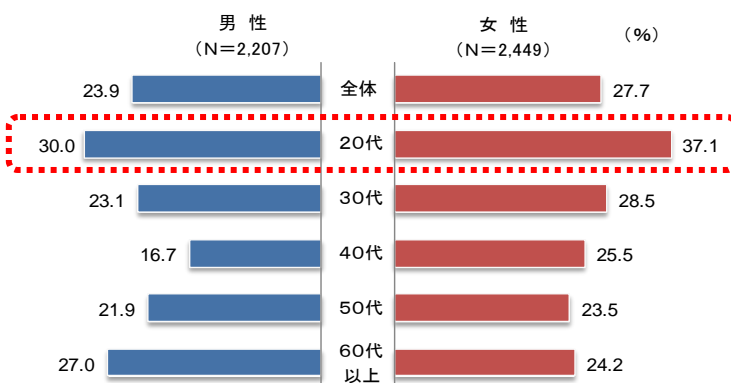
【参考5】支出額 (年間合計) の増減動向



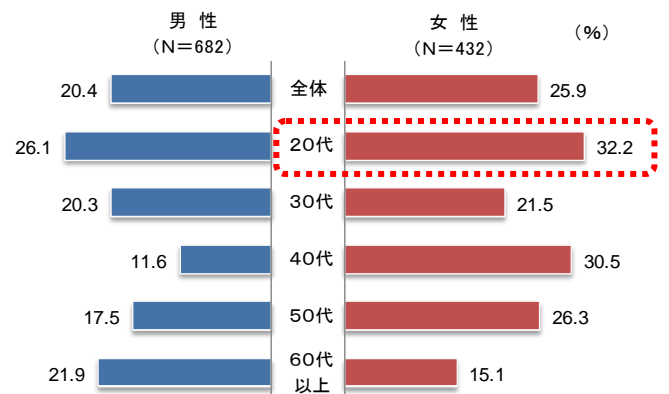
【参考6】宿泊日数が「増えた (かなり・ある程度計)」の回答割合



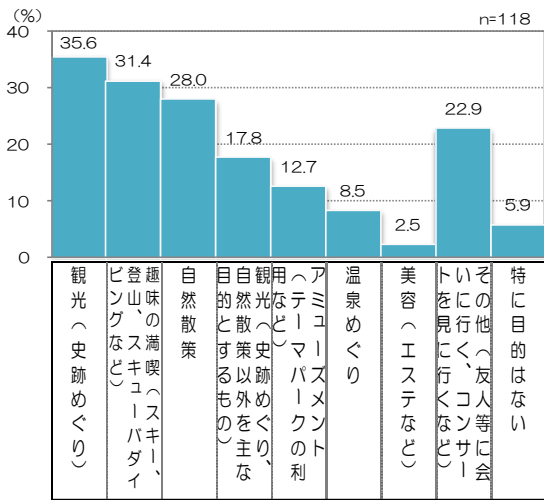
【参考7】支出額が「増えた (かなり・ある程度計)」の回答割合



【参考8】一人旅の宿泊日数が「増えた (かなり・ある程度計)」の回答割合



【参考 9】20 代女性の一人旅の主な目的（複数回答）



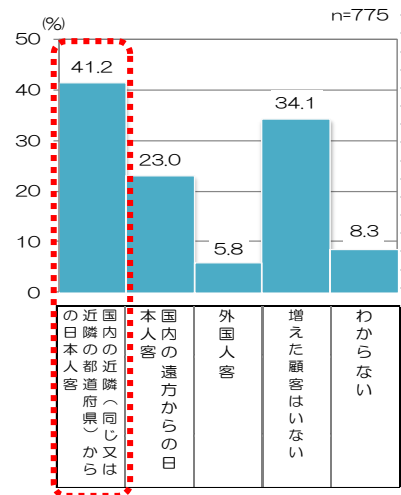
【参考 10】旅行回数、宿泊日数及び支出額の性別・年代別平均値

	全 体	回 均 数 （回 行）	日 均 数 （日 泊）	（平 均 支 出 額 万 円）
全 体	4,656	2.8	3.8	16.7
性別・年代別				
男性計	2,207	2.9	3.8	17.1
20代	443	3.1	4.1	12.7
30代	441	2.8	3.5	14.3
40代	420	2.7	3.6	18.7
50代	425	2.7	3.5	19.1
60代以上	478	3.2	4.3	20.4
女性計	2,449	2.8	3.8	16.3
20代	482	3.0	4.1	13.3
30代	488	2.7	3.5	14.9
40代	490	2.6	3.5	17.7
50代	493	2.7	3.6	17.7
60代以上	496	2.9	4.2	17.9

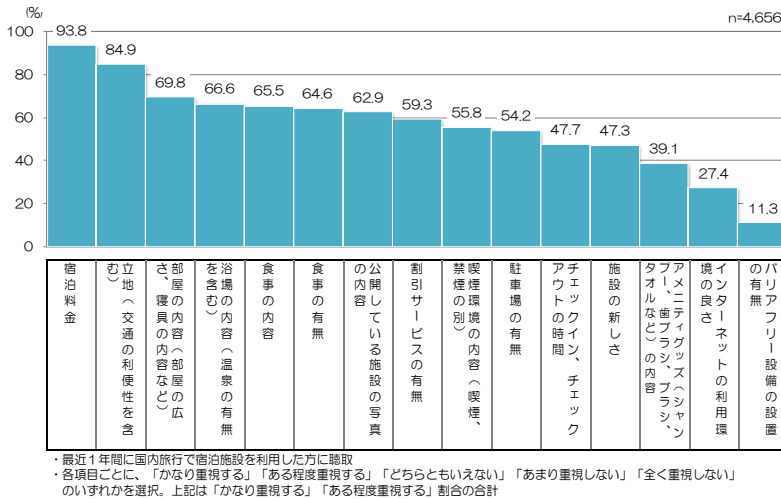
【参考 11】最近 1 年間の旅行先の回答割合（回答者の居住地別）（複数回答）

居住地	旅行先									
	全 体	北 海 道	東 北	関 東	中 部	近 畿	中 国	四 国	九 州	沖 縄 県
全 体	4,656	14.2	14.2	39.8	35.4	32.4	12.0	7.6	18.6	6.7
北海道	236	78.8	6.8	29.2	7.2	14.8	3.0	1.7	6.4	4.7
東北	322	12.7	65.5	57.5	13.7	10.9	1.9	2.5	4.3	2.5
関東	1,499	14.1	20.1	49.8	48.5	24.7	6.7	3.7	10.5	8.1
中部	787	9.5	7.2	39.0	60.1	38.1	6.7	4.6	8.0	5.8
近畿	849	9.4	4.2	29.1	31.7	53.2	17.2	13.2	16.4	7.2
中国	274	9.1	4.0	36.1	13.1	42.7	43.4	15.0	29.6	8.0
四国	187	5.9	3.7	31.6	17.1	43.9	25.1	36.4	16.6	2.7
九州	502	6.0	4.0	27.7	10.2	23.1	15.9	6.0	73.1	7.4

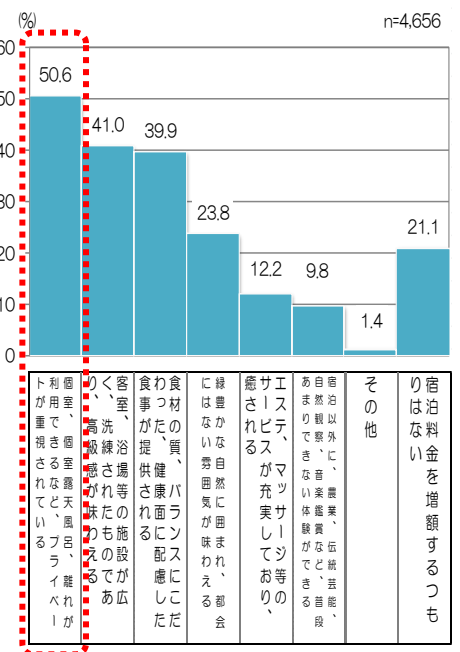
【参考 12】前年と比べて増えた顧客（宿泊施設からの距離別）（複数回答）



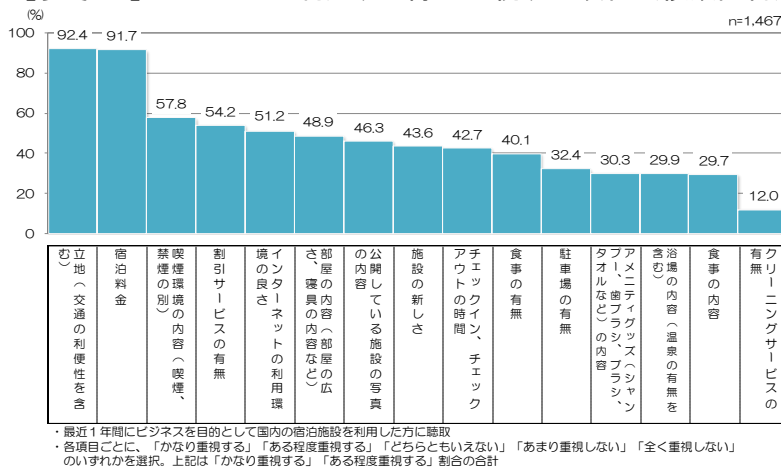
【参考 13】国内旅行で利用する際に重視する項目（複数回答）



【参考 15】宿泊料金増額についての考え（複数回答）

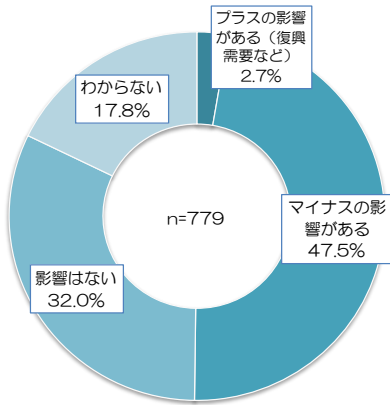


【参考 14】ビジネスで利用する際に重視する項目（複数回答）



経営実態調査

【参考 16】東日本大震災による経営への影響

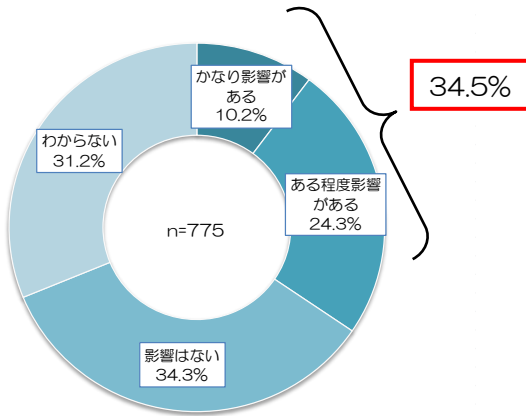


【参考 17】東日本大震災による経営への影響 (地域別)

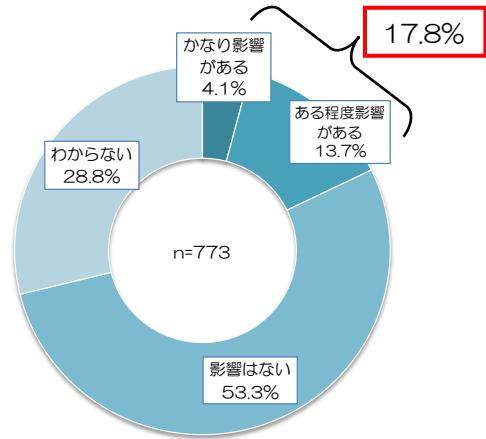
	全 体	(%)			
		な ど あ る の 復 興 需 要 が	が マ イ ナ ス の 影 響	影 響 は な い	わ か ら な い
全 体	779	2.7	47.5	32.0	17.8
地域別					
北海道	66	0.0	56.1	30.3	13.6
東北	75	14.7	64.0	13.3	8.0
関東	99	3.0	59.6	28.3	9.1
中部	228	1.8	47.8	33.3	17.1
近畿	99	1.0	40.4	33.3	25.3
中国	53	3.8	24.5	49.1	22.6
四国	25	0.0	40.0	40.0	20.0
九州	119	0.0	37.8	34.5	27.7

*各セルの斜線は、サンプル数最少(30未満)のため参考値

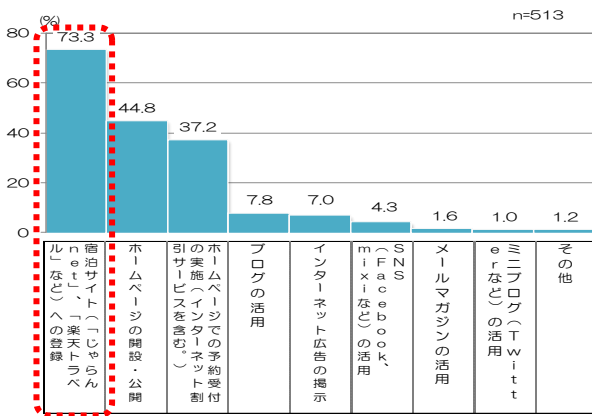
【参考 18】円高による経営悪化への影響



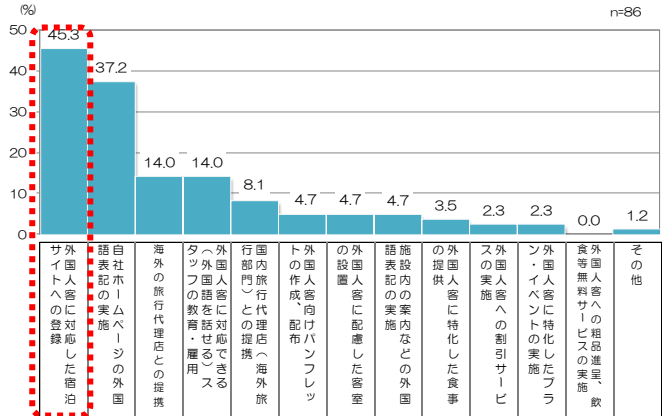
【参考 19】北東アジアにおける外交問題による経営悪化への影響



【参考 20】実施効果が高いインターネットを活用した取り組み (複数回答)



【参考 21】実施効果が高い外国人客の集客に向けた取り組み (複数回答)

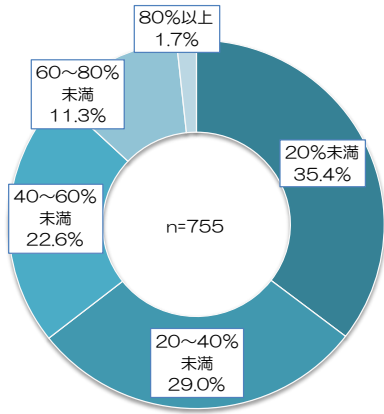


【参考 22】インターネットを活用した取り組み (実施割合) (業歴別・複数回答)

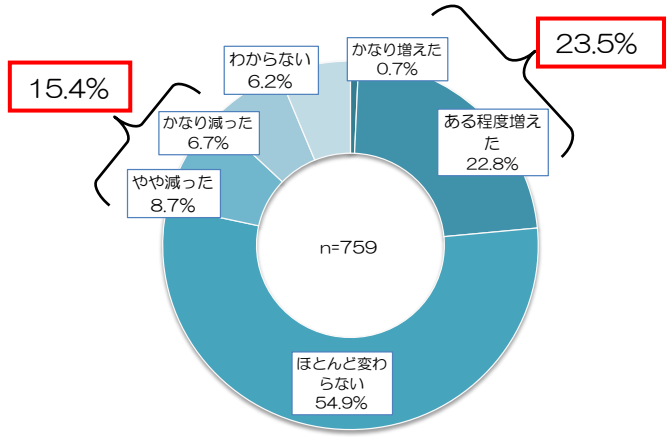
	全 体	(%)											
		ホ ー ム ペ ー ジ の 開 設 ・ 公 開	「 レ ッ ス 」 な ど の 登 録	宿 泊 サ イ ト の 「 レ ッ ス 」 な ど	引 サ ー ビ ス を 含 む 。	ホ ー ム ペ ー ジ で の 予 約 受 付 割 付	プ ロ ク の 活 用	イ ン タ ー ネ ッ ト 告 告 の 掲 示	m i x i n g な ど の 活 用	S N S (F a c e b o o k 、 m i x i n g な ど の 活 用	メ ー ル マ ガ ジ ン の 活 用	ミニ ブ ロ グ (T w i t t e r な ど の 活 用	そ の 他
全 体	758	78.4	73.9	55.4	25.5	20.8	13.7	7.1	5.4	1.6	11.7		
業歴別													
5年未満	33	87.9	81.8	57.6	36.4	27.3	18.2	15.2	9.1	0.0	9.1		
5年以上10年未満	47	78.7	76.6	61.7	31.9	21.3	17.0	8.5	2.1	8.5			
10年以上20年未満	93	84.9	76.3	63.4	36.6	26.9	16.1	12.9	7.5	1.1	7.5		
20年以上30年未満	165	81.8	71.5	55.2	23.6	17.0	16.4	3.6	2.4	1.8	9.7		
30年以上40年未満	134	70.1	74.6	57.5	20.9	23.9	12.7	5.2	6.0	1.5	14.9		
40年以上50年未満	97	76.3	71.1	49.5	19.6	15.5	5.2	3.1	5.2	2.1	16.5		
50年以上70年未満	79	82.3	78.5	49.4	22.8	20.3	8.9	7.6	3.8	2.5	6.3		
70年以上100年未満	37	59.5	62.2	45.9	13.5	16.2	18.9	2.7	2.7	0.0	24.3		
100年以上	67	79.1	73.1	56.7	31.3	23.9	13.4	9.0	6.0	1.5	13.4		

*全体より5ポイント以上割合が高い項目は色掛け(青色)で表示

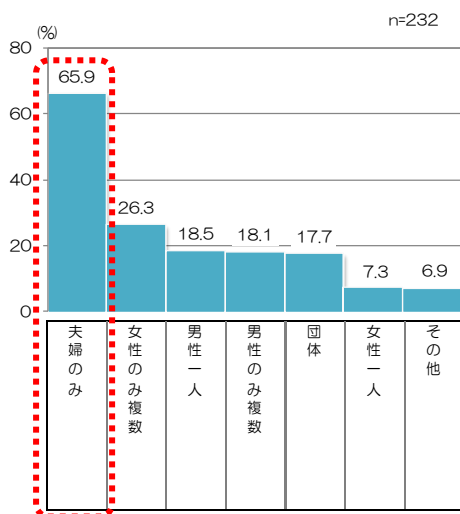
【参考 23】シニア層の売上割合



【参考 24】シニア層向け売上の増減動向

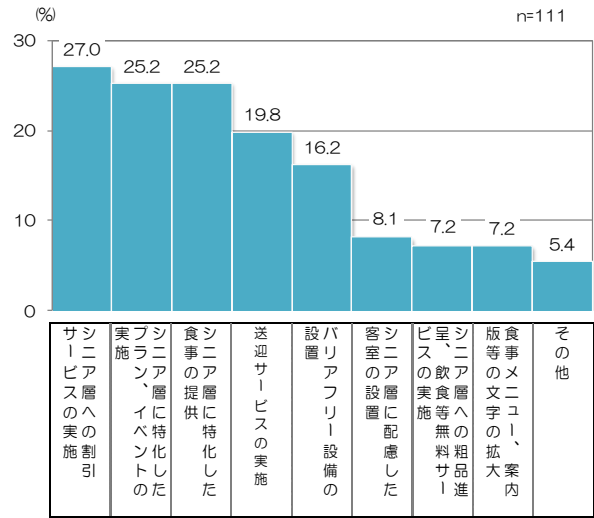


【参考 25】利用が増えたシニア層の同行形態（複数回答）

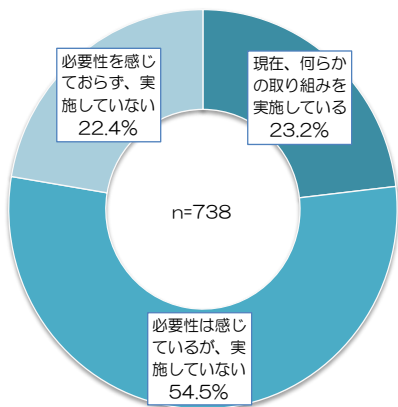


・前年に比べて利用が増えた同行形態を聴取

【参考 26】実施効果が高いシニア層の集客に向けた取り組み（複数回答）



【参考 27】シニア層の集客に向けた取り組みの実施状況



【参考 28】今後の経営方針（複数回答）

